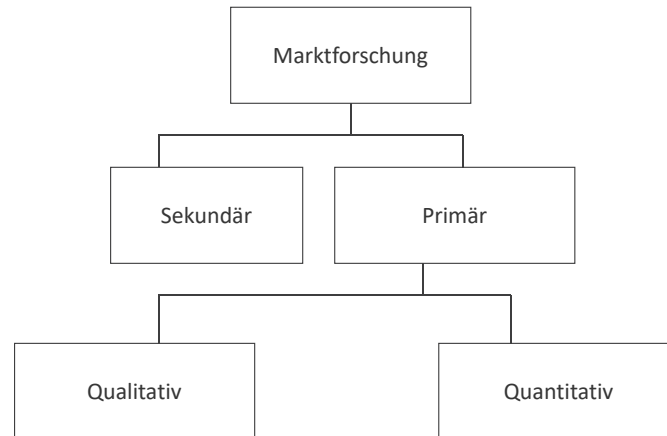


## Marktforschungsmethoden – ein kleiner Überblick



## Das können quantitative und qualitative Verfahren

### Qualitativ:

- Überblick über alle relevanten Meinungen und Urteile
- Unbewusste Motive erfahren
- Rationalisierungen und Widerstände
- Analyse des Zusammenwirkens von Einflüssen
- Nutzung des Kreativitätspotentials

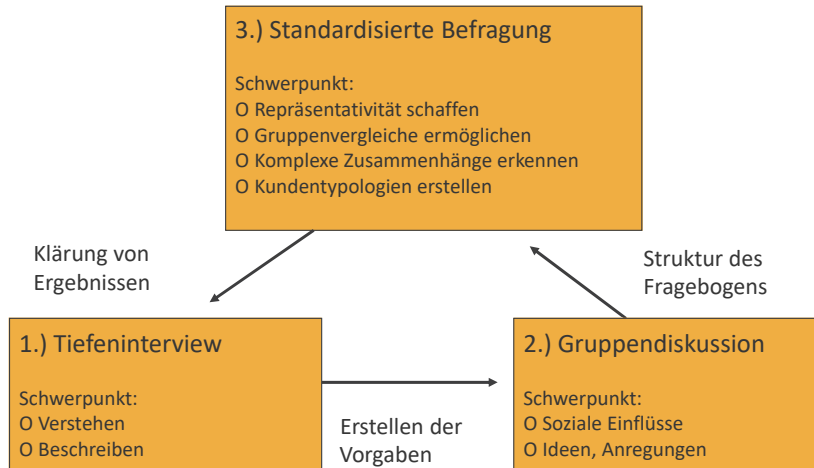


### Quantitativ:

- Verteilung und Ausprägungsgrad von Meinungen und Motiven
- Repräsentative Gruppenvergleiche möglich
- Einsatz von Statistiktools möglich, um auch komplexe Zusammenhänge zu verstehen

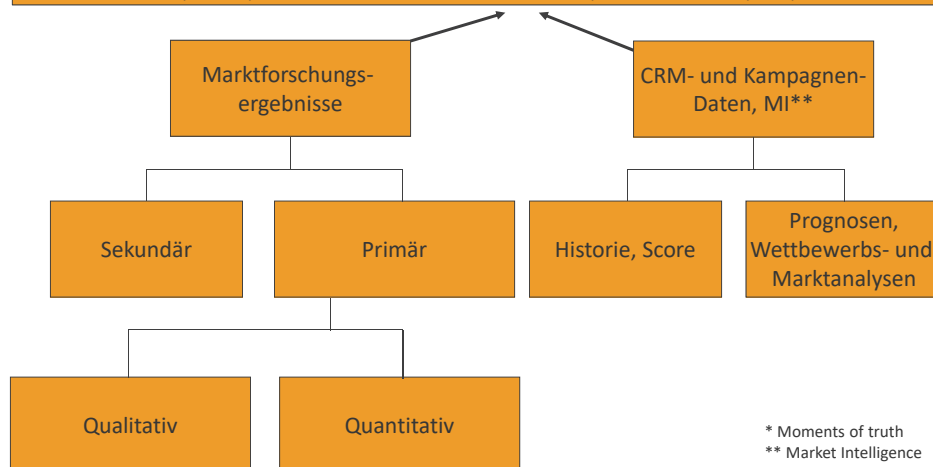
➔ Sinnvolle Marktforschung im Marketing bedeutet immer:  
„Erst qualitativ, dann quantitativ.“

## Marktforschung richtig strukturieren



## Das Ziel: Marktforschung und interne Daten kombinieren

Wer kauft warum? = Buyer Personas, MOT\*, Werte, Trends, Kommunikationskanäle ...  
 Wie viele kaufen, wann, wo und wie viel? = Marktvolumen, mein Potenzial, CLV, Kanäle ...



\* Moments of truth  
 \*\* Market Intelligence